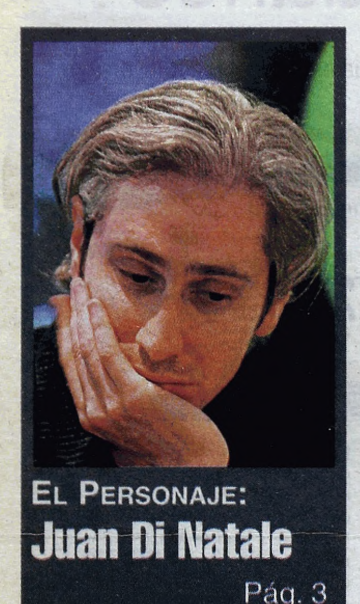
INTERNET

SUPLEMENTO DE INTERNET DE PAGINA/12

Buenos Aires, martes 24 de abril de 2001 - Año 1 Nº 46

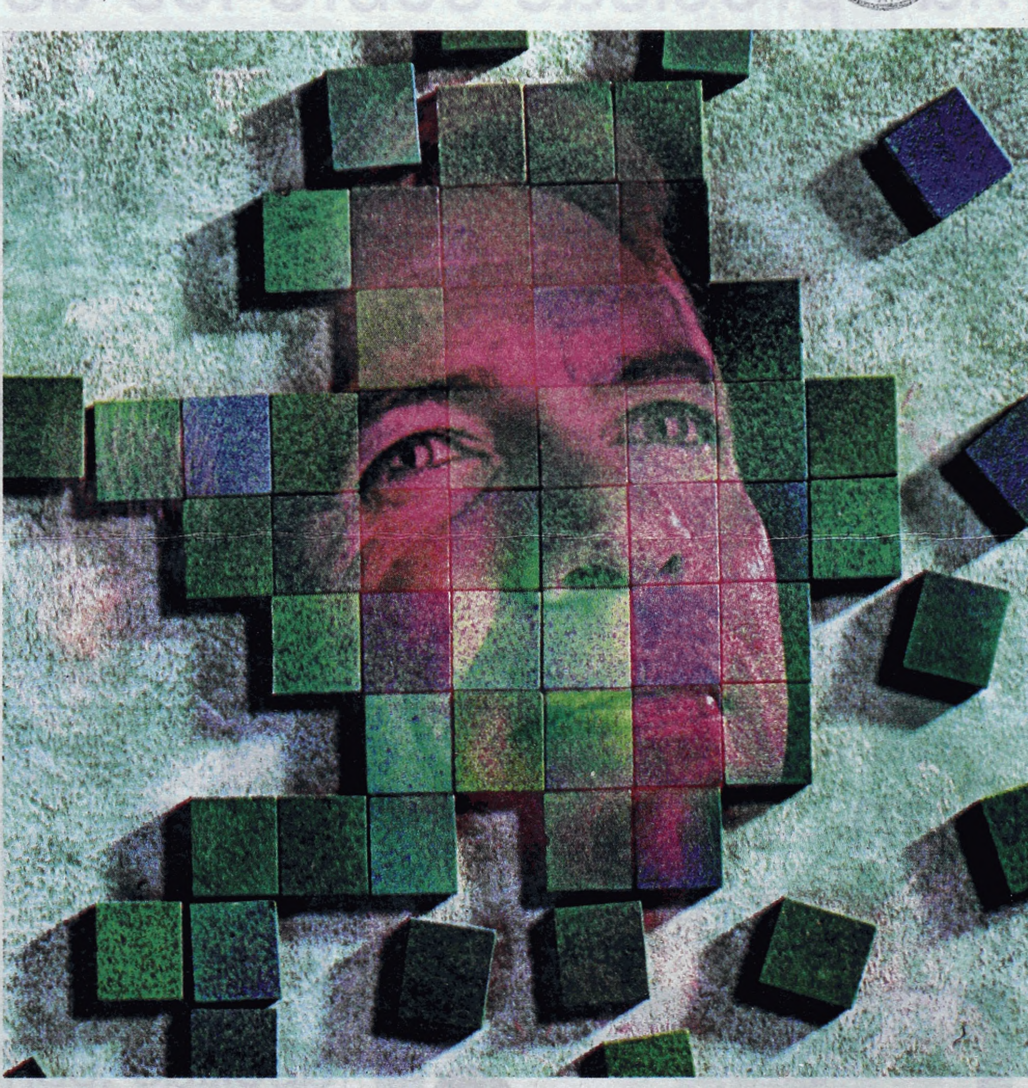




EL PERSONAJE:
Juan Di Natale
Pág. 3

SUMARIO

FOTO: IMAGEBANK.COM.AR



CRM: marketing vs. privacidad

El Customer Relationship Management es la nueva forma de las empresas para vender, a través de los datos de los clientes.

Empresas tratan de obtener cifras más precisas sobre los usuarios

En plena crisis, la cantidad de navegantes de los sitios se convirtió en uno de los elementos esenciales para obtener inversiones.

En pleno auge de las puntocom, las estadísticas de Internet se convirtieron en una manera cada vez más importante para evaluar a las compañías para las cuales no se aplican los parámetros de medición tradicional como son el ingreso y las ganancias. Pero la crisis desatada en relación a la web pone a las mediciones en el puesto número uno al momento de evaluar una compañía.

Para esto, dos nuevas compañías afirman que tienen mejores métodos de medición para obtener datos de los usuarios.

Las firmas ya establecidas como Jupiter Media Metrix y Nielsen/NetRatings (empresa conjunta entre ACNielsen y NetRatings) dicen que ofrecen análisis detallados que pueden decir a los clientes quién y cuándo está viendo su sitio en Internet. Pero las nacientes Plurimus Corp. y el servicio netScore de comScore Network afirman que sus cifras son más completas.

Plurimus (**www.plurimus.com**) afirma que monitorea a 3,5 millones de usuarios, reuniendo datos de los proveedores de servicio de Internet. La compañía, que antiguamente se llamaba Foveon, dice que eligió su nuevo mote en latín porque significa "mucho".

El servicio de netScore (**www.netscoreonline.com**), que fue lanzado en enero, asegura que sigue la pista a millones de usuarios. El servicio, que ofrece información general acerca del uso de Internet en todo Estados Unidos, recibió recientemente un sello de aprobación de DoubleClick Inc., compañía de publicidad en línea, en forma de un acuerdo de reventa.

Los nacientes empresas han logrado obtener algunos clientes importantes, entre ellos, Plurimus figura Amazon.com Inc., mientras que netScore firmó con American Express Co.

Durante los dos últimos años, Plurimus ha discutido relaciones con más de 50 proveedores de acceso a Internet para proporcionarles acceso a datos de millones de usuarios en todo el mundo. Como obtiene sus datos de los servicios de acceso y no requiere que los usuarios de Internet elijan entrar en el programa, la compañía dice que evita las influencias que podrían afectar los datos recabados por empresas que deben reclutar usuarios y obtener su permiso para monitorear su conducta on line.



Los usuarios que "saben" que están siendo observados, podrían elegir no visitar ciertos sitios en Internet, dijo Tracy Scott, presidenta y directora ejecutiva de Plurimus.

Media Metrix utiliza llamadas telefónicas al azar para recabar lo que llama una muestra representativa de la audiencia de Internet, por lo tanto tiene participantes dispuestos a poner software en sus computadoras que monitoreen su actividad.

Netscoreonline, por su parte, dice que tiene los beneficios de una muestra de gran tamaño y un panel elegido al azar de usuarios representativos de la población que navega por la web. Utiliza marcación al azar para reclutar decenas de miles de personas de su panel estadounidense. Y luego atrae al resto de su millón de usuarios a través del correo directo y otros canales.

Cuando los usuarios están on line, la empresa utiliza su tecnología para atraerlos a su propia red de servidores, y a medida que los navegantes se pasean por la red, los servidores le siguen la pista a sus acciones.

>>> **ficha técnica**

Sun Microsystems



Nombre legal de la empresa: Sun Microsystems de Argentina S.A.
Composición del staff principal: Gerente General, Guillermo Marsicovetere; Director de Canales, Horacio Uslenghi; Directores de Ventas, Gustavo Sorgente, Jose Luis Garcia, Diego Varan; Director de Alianzas, Gustavo Torres; Director de Servicios, Alfredo Lagranda; Director de Servicios Profesionales, Roberto Vasani; Director de Tecnología, Ignacio Mauri; Director de Marketing, Andrea Tuozzo
Cantidad de empleados: 100
Actividades e inicio de las mismas: Comercialización de computadoras y servicios asociados desde 1995.
Proveedores de acceso: AT&T a Internet.
Otros proveedores: ninguno.
Facturación mensual/anual: U$S 19.000 millones anuales mundialmente.
Principales competidores: Hewlett-Packard, IBM, COMPAQ y EMC.
Alianzas estratégicas: con los principales proveedores de soluciones.
Proyectos de expansión: este año se incorporo la división de Servicios Profesionales con el objetivo de incorporar la experiencia tecnológica de Sun en los proyectos de los clientes.
Cuál es la imagen empresaria: la misión es ser proveedor número uno de productos, tecnologías y servicios para habilitar la economía de red.
Tácticas publicitarias: focalización en los segmentos de tecnología y negocios.
Presupuesto de marketing anual: no se informa públicamente.



Israelí con apellido .com

Un programador israelí logró cambiar su apellido para dejar de llamarse Tomer Krissi y pasar a ser Tomer.com. Las autoridades israelíes le dieron un pasaporte y un documento de identificación cambiando el apellido a .com, dijo el programador de 25 años de edad.

"Creo que la idea es simplemente más funcional. Veo apellidos que tienen significados de artefactos arqueológicos y quiero dar al mío algún significado para mi mismo en el año 2001", dijo .com a Reuters.

"Internet abrió mi mente... ahora mi sitio, que es mi nombre, se ha transformado en mi tarjeta de ubicación para todo el mundo. Es suficiente para alguien que conoce mi nombre saber que tengo un sitio", añadió.

.com, de la ciudad de Ramat Gan en el centro de Israel, dijo que fue un adicto a Internet que solía estar conectado en línea durante 12 horas seguidas cada día.

En su sitio **www.tomer.com**, incluye información sobre sus grupos musicales favoritos y otros detalles personales, y espera que su cambio de apellido mejore su vida. A pesar que el Ministerio del Interior israelí se opuso primero al requerimiento, alegando que estaba prohibido poner signos de puntuación en un nombre o apellido, él y un amigo estudiaron las leyes y encontraron que nada prohibía que cambiara a .com.

BREVES

El Señor de los Anillos

La web de El señor de los anillos, ha recibido en tres meses 357 millones de visitas, según informó la compañía responsable del proyecto, New Line Cinema. El sitio apareció en diez idiomas, aunque desde algunos países no pueden acceder todavía al material. Además, New Line planea lanzar a escala mundial la primera entrega de la trilogía el próximo 19 de diciembre. El éxito de la página ha sido auditado por la empresa Gordon Paddison, que contabilizó más de 275 millones de visitas durante enero y febrero y estima otros 82 millones durante marzo, lo que sumaría más de 357 millones en sólo tres meses.

Sueldo estable

El sueldo del presidente y fundador de Amazon.com, Jeff Bezos, se mantuvo estable en el año 2000 en 81.840 dólares, según datos entregados a las autoridades reguladoras del mercado de valores, informó Efe. Bezos declinó recibir bonos u otras formas de remuneración, tras un año que el empresario calificó de "brutal". En la mayor parte de las empresas estadounidenses estos bonos se entregan en forma de opciones de compra de acciones, pero por la fuerte caída de las acciones de Amazon se optó por entregar metálico. Diego Piacentini, vicepresidente de la división internacional, recibió 2,5 millones de dólares y el gerente de finanzas Warren Jenson ganó 2,1 millones.





Producido por EGB S.A. y PROPUL COMUNICACIONES S.R.L.
Maipú 853 Piso 3 Cap.Fed.
Lectores: Fax 4311-2233

>>> empresas

Todo el esplendor del vino

Bodegas, cosechas, historia y ventas on line es lo que los usuarios pueden encontrar a través de la web.



En la Roma antigua, cuando el esposo llegaba a su casa acostumbraba a darle a su mujer el "beso del pater familias": un beso en la boca. De esta manera, el jefe de la familia podía comprobar si su esposa había bebido vino. Las mujeres de aquellos años tenían absolutamente prohibido tomar vino porque esta bebida permitía comunicarse con los dioses y a través de ellos ingresar en el mundo de la locura y de la poesía. Esta experiencia les estaba reservada sólo a los hombres. Hoy, por fortuna, las mujeres pueden acceder al vino, una bebida que para muchos sigue siendo la "bebida de los dioses".

www.vinosdeargentina.com permite conocer la historia del vino que se remonta a los griegos y las ceremonias del dios baco. Es uno de los sitios más recomendables para comprar y para investigar más sobre el tema. La página cuenta con secciones que explican cada una de las características que posee el vino y todos los temas que se relacionan con su elaboración, degustación, conservación. También ofrece material acerca del comercio de vinos en la Argentina y en el resto del mundo. Desde la página se pueden comprar tanto nacionales como extranjeros. Por último, ofrece un apartado de degustación con links a algunos de los grupos de catas que funcionan en la Argentina y consejos para aprender a comprar.

El site **www.selectedwines.com.ar** posee información sobre vinos argentinos a partir de una selección realizada por los creadores de la página donde tienen en cuenta, principalmente, la calificación del producto, más allá del precio y la marca. También permite comprar on line y con la entrega del producto los usuarios obtienen una tarjeta que les permite acumular puntos y elegir algún regalo. La página cuenta con otras secciones como un recorrido por bodegas argentinas, información sobre la producción de vinos y la evolución de las cosechas, un rincón de columnistas invitados que aportan notas relacionadas con el tema y un manual de sugerencias útiles para el degustador aficionado.

La página **www.cavasdevinos.com** reúne todos vinos que se comercializan en el país. Posee una sección de vinos recomendados, una de ofertas y otra de novedades. También, cuenta con un foro de discusión para así poder contactarse con otros aficionados. El sitio otorga varias opciones de búsqueda, lo que permite averiguar por varietal, por marca, por bodega o por características. Los productos se entregan a partir de las 72 horas hábiles de haber realizado la compra, tanto en Capital Federal como en el Gran Buenos Aires.

Otra página muy completa es **www.argentinavinos.com**. Además de ofrecer la posibilidad de comprar una gran variedad de vinos, cuenta con otras secciones como libros y accesorios donde se incluyen otros productos como copas, descorchadores, portabotellas y decantadores. La sección "Exclusivos" agrupa selecciones que no se encuentran en el mercado y que le permiten al usuario ingresar a remates on line para acceder a alguna de ellas. También hay reportajes, noticias, opiniones de enólogos y chefs y una pequeña escuela virtual para aprender un poco más sobre el tema. Posee un excelente buscador de vinos que permite cruzar distintas variables como precios, bodegas, países o años.

Laura Gavilán

Un misterio llamado Ginger

El americano Dean Kamen está en boca de muchos gracias al "Ginger", un misterioso invento que varios suponen revolucionará la vida cotidiana. Algunos sostienen que Ginger sería una especie de motoneta con características robóticas que funciona con un combustible más limpio y eficiente; otros han dicho que el aparato protege a sus pasajeros y que sería mucho más seguro que cualquier otro vehículo de los que circulan por las autopistas de Estados Unidos. Hasta ahora Kamen no ha dado ninguna pista, pero le resta importancia a todo el revuelo causado. Ya se había hecho conocido por sus inventos para mejorar la calidad de vida, como la bomba de insulina portátil, una máquina portátil para diálisis y una silla de ruedas robótica que tiene computadoras y sensores a bordo que permiten subir y bajar escaleras. Y así se hizo rico. "Comencé mi pequeño negocio en la secundaria y se expandió", afirmó a la cadena CNN. "Tuve suerte y comencé a fabricar productos medicinales para mi hermano mayor que estaba en la facultad".

Hoy en día su empresa, DEKA Research & Development Corporation, tiene más de 200 empleados y él es dueño de más de 100 patentes en los Estados Unidos.

>>> personaje//juan di natale

Radio, televisión y gráfica son las partes de su mundo. Ahora con "Así estamos" es parte de la noche televisiva de muchos argentinos.



FOTO: DANIEL JAYO

¿Mundo virtual?
- Ya se puede hablar de una sociedad virtual y una sociedad presencial que conviven y se yuxtaponen generando un nuevo tipo de vínculo, sin miradas, gestos, ni olores.

¿Hackers?
- Se pasean por los ordenadores del Pentágono, la NASA, la CIA y eso se convierte en un reto personal e intelectual.

¿Web cam?
- Mirame y no me toques.

¿Ciberconductores?
- Max Heedroom.

¿Chatear?
- En el chat nadie existe, todo es una extraña ilusión con intenciones de hacernos creer que existimos.

¿Ultima página donde chateó?
- No me acuerdo.

¿Anonimato en la web?
- Código ético de las tribus maliciosas.

¿Amor virtual?
- ¿Es el fin del tacto?

¿Bill Gates?
- Un genio.

¿Lla eminencia informática Argentina?
- No se.

¿Mejor sitio?
- Rock and pop, Inrokuptibles.

¿Peor sitio?
- No se.

¿Juan Di Natale.com?
- ¿Será un site cool?



El valor comercial de la privacidad

CRM o Customer Relationship Management es la última estrategia del marketing, basada en saber los gustos y costumbres de los clientes.

Los tiempos modernos trajeron varios cambios en la relación entre las empresas y los consumidores. Uno de ellos, y quizás el más utilizado en la Argentina en los últimos años es el CRM o "Customer Relationship Management", que significa algo así como el estudio del comportamiento del usuario.

Sin embargo, la definición tiene tantas acepciones como empresas dedicadas que lo practican. Néstor Marquez, CEO de Response Logic, compañía dedicada al software de personalización afirma que: " se trata de entender al cliente y ponerlo en el centro. Desde los últimos 50 años lo que se ponía en el centro era primero el producto y después la cadena distribución: los productos y servicios se diseñaban a partir de ese esquema, de adentro hacia afuera. Ahora, un poco por la acción del marketing y otro poco por un acceso muy fácil a los medios de comunicación empieza a suceder que el poder que antes tenía el fabricante ahora lo tiene el cliente. Eso se va muy reforzado con la irrupción de los medios interactivos, sobre todo Internet. Yo digo que **CRM es una estrategia competitiva** que permite poner al cliente en el centro y armar una organización en base a eso".

EL CRM es el estudio de los hábitos de los clientes

Por su parte, Alejandro Romay, vicepresidente de I-Team, especializada en desarrollos de software, tiene un concepto distinto: "el CRM está moda porque todas las empresas son especialistas en eso. **Es un nuevo invento de marketing para obtener negocios**. Se trata de alinear toda una empresas hacia los clientes, que antes era hacia el producto, tratando de satisfacerlo. CRM es manejar la relación y administrarla, y como es muy complicado por la cantidad de áreas que lo integran, los sistemas se integran y se genera un historial del cliente con la compañía".

María Luisa Kun es directora de investigación de Gartner, consultora especializada en el área tecnológica. "Las empresas viven para ser rentables. Entonces tienen una propuesta de valor, lo que significa que fabrica o presta cierto servicio que le cuesta 1 y que un cliente está dispuesto a pagar 3. El CRM es una estrategia de las empresas para que un cliente este dispuesto a pagar la diferencia entre el precio de costo y el precio de venta. Para lograr su satisfacción, estudian que es lo que cada uno hace o compra. Antes lo que hacían diseñar un producto y luego se estudiaba a quien era posible vendérselo. Primero el producto y después al consumidor. **Ahora está todo lo necesario tecnológicamente para saber cuales son los comportamientos habituales de consumo de los clientes** y de esta manera ofrecer productos "a medida" de cada uno."

Tácticas

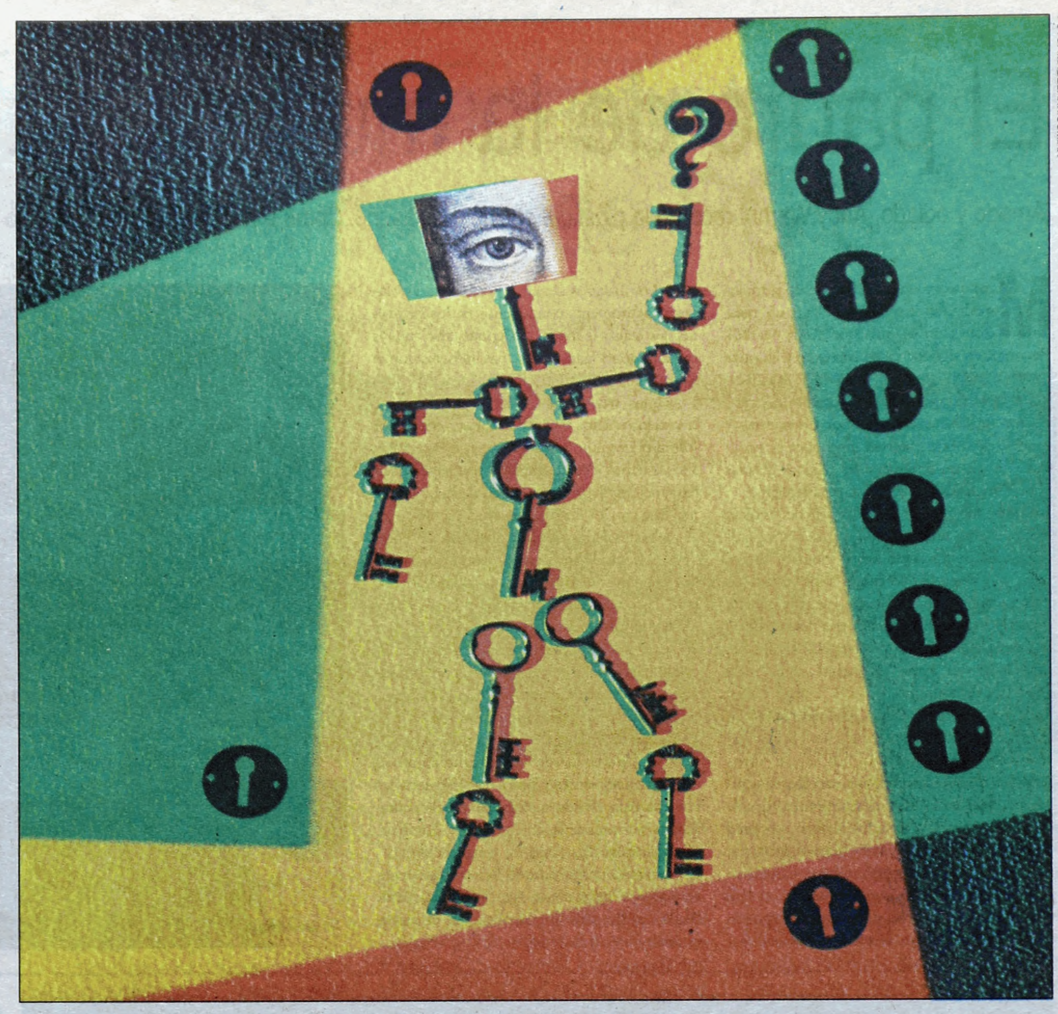
Una de las tácticas que se utiliza es la personalización. "Esto se logra desarrollando estrategias que permitan saber quién es, qué cosas le gustan y cuáles no. Personalizar tiene que ver con conocer al cliente, identificarlo y ofrecerle el producto adecuado. Por ejemplo, un usuario entra a un site y de acuerdo a la información que tengo, sé que le gusta la música clásica, por lo que no es necesario preguntarle que tipo de música le interesa, y la clásica será uno de los elementos que se le pondrá más cerca. Por eso son dos cosas: CRM como estrategia competitiva es una cosa muy amplia y la personalización como una de las tácticas. Para eso hace falta conocer a los clientes, tener bases de datos de esos clientes y en Internet con los perfiles anónimos que significa que no es necesario saber el nombre, apellido y dirección para personalizar la oferta, pero sí que tal persona tiene tal comportamiento en el site", afirma Marquez.

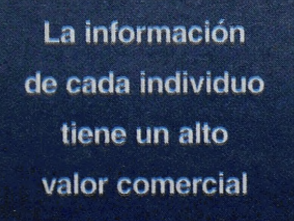
Información

Los datos de esos clientes es el punto más sensible de esta modalidad del marketing. "Desde el punto de vista de satisfacción a un cliente, si logra satisfacer una necesidad, es bueno que vean mejor que es lo que necesito, porque hasta pueden tener una mejor propuesta para satisfacerme si saben quien soy y que requerimientos tengo. Lo que no deben hacer las empresas es usar esa información sin que las personas se enteren. Y este es el tema esencial de la privacidad. **Los ciudadanos son dueños de su propia información, y nadie tiene derecho en una sociedad democrática a invadirlos**, robando sin permiso datos sobre su persona", define Kun.

La personalización se utiliza para saber quién es y qué hace cada consumidor

Romay no cree que haya violación de la privacidad, ya que a través de un sistema de CRM se "sacan demasiados datos de los clientes, pero no se violan porque siempre parte del cliente decir que da la información. Se viola la confidencialidad de los datos de acuerdo a como se usan; no porque alguien compre un arma es un asesino. De todas maneras, dentro de poco las empresas van a conocer los datos sin necesidad de hacer preguntas".
Marquez sostiene que parte de este sistema se basa en el "permiso de marketing". "Esto significa que yo voy a darle datos a tales personas -afirma- para que conozcan determinado tipo de información, y le doy permiso a tales personas que me hagan algún tipo de oferta o comunicación. Ese es otro elemento muy importante en el CRM porque sino se confunde con invasión al cliente. Si al cliente se lo pone en el medio lo que hay que hacer es protegerlo. Indudablemente hay varios elementos: uno tiene que ver con que cuando hablamos de los datos personales se asumen dos roles, o el de decir que los datos personales no hay que tocarlos, que es la postura más formal, pero también hay otra que asumimos como consumidores que queremos que la vida sea más fácil, por lo que **esto es un adecuado equilibrio de la situación. Por una parte, yo no quiero que mis datos estén dando vueltas por todos lados, pero por otro quiero que mi vida sea más fácil,** por lo que voy a dispuesto como individuo a darle información a aquellas compañías con las cuales siento confianza. A su vez, en lo referido a Internet, cuando desde un site se le pide al usuario como primer paso que se registre, va en contra del CRM, porque se está diciendo: "primero dame tus datos y después te empiezo a dar valor". Y justamente los individuos actúan en base a lo contrario. Lo correcto es entrar a una página, navegarla, conocerla y cuando genere confianza y resulte relevante a las cosas que busca un usuario, seguramente entregará mucha más información para ganar beneficios".





Protección de datos

Kun es terminante: "es importante que cada individuo mantenga su información, porque tiene valor comercial". Para Marquez "Tiene que haber un trato muy transparente y muy profesional de los datos. Si yo tengo información de mis clientes tengo que hacer lo imposible para que no accedan personas indebidas, darle la posibilidad a las personas de borrarse de la base de datos, utilizarla para devolverla en servicios para los clientes y brindar ofertas e información para los usuarios. A la gente le encanta hablar de los productos que consume, pero responde ante preguntas relevantes y que pueda redundar en beneficios. La privacidad de los datos y la relevancia de los ítems son los más importantes en el esquema del CRM".
"Creo que en la Argentina no hay conciencia de lo que vale la información personal -asegura Kun- salvo en muy determinados segmentos socio-culturales, y también ahí con matices. El CRM es una especie de burbuja que engobla un montón de cosas, esto desde el punto de vista específico de la solución de manejo de clientes en las empresas. Pero no es malo la relación uno a uno y que recolecten información, lo que está mal es que no haya protección y elección de quien es el dueño inicial de la información. Por ejemplo, yo ahora estoy estudiando como hacer una denuncia porque recibo e-mails con bases de datos enteras que incluyen direcciones de correo de otra gente, y tan poca conciencia hay que me piden que yo de información sobre otros. En EE.UU. ya hay alguna avanzada, si bien la privacidad está igual de manoseada que acá, al menos preguntan: "¿usted quiere que proveedores compartan la información?" y dejan elegir. Sin embargo, por defecto la respuesta afirmativa está tildada, cuando debería ser de manera contraria".

Estrategias

La información que se brinda desde la registración en un site hasta el cupón para un sorteo que se llena en un supermercado termina en bases de datos. Marquez utiliza algunas estrategias para saber de donde se obtuvieron: "cuando una empresa arma una base de datos y se la da a otra compañía para comercializar, esa base de datos se siembra: dentro de esas bases ponen información de personas que trabajan en la organización y si se hace uso indebido se sabe desde donde se generó. La técnica más común es poner entre el primer nombre y el apellido otro nombre de fantasía, y con eso se coloca un rasgo en el registro para identificar el destino de la información. Esta estrategia la pueden utilizar las personas para saber que uso se le da a los datos propios. Por ejemplo, una persona llamada Juan Perez cuando llena un cupón de una tarjeta de crédito puede poner Juan "Carlos" Perez, para un sorteo de un supermercado Juan "Alberto" Perez y por un abono a un teléfono celular Juan "Francisco" Perez. De esta manera, cuando reciba una correspondencia o un llamado telefónico sabrá desde donde se obtuvo la información, y podrá reclamar si lo cree necesario". Kun replica: "de ninguna manera debería suceder que la tarjeta de crédito le de mi nombre a terceros para ofrecerme un viaje".

Costos

En definitiva, el CRM lo que hace es organizar la gran cantidad de información que manejan muchas empresas. Y **parecería que los costos de estos sistemas no son tan altos en relación a los beneficios que se pueden obtener.** "Estos sistemas pueden costar desde 10 mil hasta 10 millones de dólares. Se puede armar uno bueno por 15 mil dólares, y no necesariamente toda la empresa tiene que estar incluida -dice Romay-ya que se puede realizar por áreas. Ahora lo están vendiendo como una paquete con moño, pero hace cinco años era mucho más barato".

Aún no hay legislación que regule el manejo de las bases de datos

Etica

Todo parece girar en torno a la responsabilidad con que las organizaciones manejen sus bases de datos. "Son etapas: en una época todos querían ser ISO y ahora es el CRM. Pero en definitiva todo depende de las personas. Hay empresas que funcionan sin usar el CRM y hasta pueden atender mejor a los clientes", dice Romay.
"Las empresas tienen que ganar. **La ética se termina donde se empieza la ley.** Hasta que no haya una ley que diga que alguien va a ir preso por traficar con los datos, existe el derecho a hacerlo, por omisión. En el circuito económico tiene sus ventajas porque de alguna manera genera empleo, pero el tema es que las reglas no son claras. La información existe, el punto es como se utiliza", remata Kun.

María Eugenia Spera

>>> arte

El padre de la multimedia on line

Amado y odiado, Andy Warhol recorrió la plástica, el cine y el diseño. Como expresión del arte del siglo XX no podía faltar en la red.

Muchos opinan que el padre de la multimedia en el mundo de las comunicaciones no es otro que Andy Warhol. Recorrió, en algunos casos con éxito y en otras oportunidades no tanto, casi todas las disciplinas del arte: plástica, cine, diseño, fue productor musical, escritor, editor de revistas y modelo de moda. Internet reproduce su prolífica vida en un innumerables páginas creadas para homenajearlo y también para criticarlo.

Para los que buscan información de primera mano, el sitio **www.warhol.org** se acerca bastante a los podría ser el mejor tributo al artista en la web. Presenta secciones sobre todos los eventos que se están realizando actualmente en torno al artista, un calendario con las próximas muestras, exhibiciones de sus películas y otras actividades en torno a Warhol a realizarse alrededor del mundo.

También, ofrece reseñas acerca del museo en Pittsburg, donde nació y creció, en la dirección **www.clpgh.org/warhol**. Allí, entre otros ítems, se puede encontrar una sección educativa que presenta los distintos programas que se desarrollan en él, orientados a chicos en edad escolar. A pesar de que Andy Warhol declaraba que "es divertido comprar muchas cosas con poca plata", el sitio permite adquirir on line todo tipo de productos que, sin embargo no son ton baratos como al artista le hubiera gustado. Los usuarios tienen la posibilidad involucrarse activamente con algunos de los proyectos que realiza la fundación, contactarse con los organizadores para pedir más información o donar dinero a la fundación.

La página **www.warhol.dk** es quizás uno de los mejores sitios no oficiales. Fue creado por John Fodge en honor al artista en 1996 e invita a los usuarios a colaborar o a hacer sugerencias para mejorar la página. Además de su biografía, una lista con los libros que se han escrito sobre él y algunas letras de canciones que ha compuesto, el sitio brinda un recorrido exhaustivo por cada una de las etapas artísticas de Warhol, entre las que se destacan las secciones de cine, media, links y una galería con sus obras. Los que prefieren ver sólo sus producciones plásticas pueden visitar la página **www.artbroker-age.com/retail/warhol.htm** donde se exhibe un completo catálogo con casi todas sus obras.

La familia de Warhol también decidió subir sus trabajos a la web: desde **www.warhola.com** se ofrecen principalmente productos relacionados con el artista. Desde la página se pueden comprar posters, remeras, libros o vasos. También, se publican noticias, eventos y exposiciones.

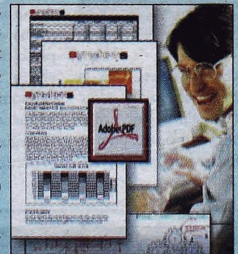
Considerado como uno de los artistas americanos más influyentes del siglo XX, Andy Warhol es sin duda un personaje que no puede estar ausente en Internet.



>>> mac

www.aldeamac.com [A L D E A] mac

Se presentó el Acrobat 5.0



En exclusiva, Gabriel Menta, Consultor Internacional de Adobe, presenta el Acrobat 5.0: "Y después de tanto esperar, llegó Acrobat 5.0… Esta nueva versión trae algo importante, que es la actualización de los PDF's, que ya va por la versión 1.4. Esto hace que los archivos generados por Acrobat 5.0 sean realmente sólidos, seguros y principalmente, que no pierdan calidad en la parte gráfica.".

Menta, recientemente premiado con el título de "Consultant of the Year 2000" (Mejor Consultor del año 2000 de Latinoamérica) es especialista en e-paper, digitalización y web solutions.

El Acrobat 5.0 continúa la tradición de permitir que los usuarios produzcan documentos que mantengan la fidelidad de formato en relación con el documento original, tal como fue creado. Los clientes pueden estar seguros de que los archivos Adobe Portable Document Format (PDF), que generen en Acrobat 5.0 y compartan en línea, puedan ser visualizados e impresos mediante la utilización del popular Acrobat Reader en múltiples dispositivos de hardware y en varios sistemas operativos.

Los profesionales pueden ahora trabajar con más eficiencia individual y colectiva; los clientes cuentan con capacidades mejoradas para crear documentos, firmarlos digitalmente y asegurarlos al momento de enviarlos. Las empresas pueden utilizar formas electrónicas para reducir costos más eficientemente y para incrementar la precisión de la información en esas formas. Los usuarios pueden distribuir información de una manera más accesible a personas con ciertas discapacidades, y los administradores de las Tecnologías de la Información pueden ahora instalar y mantener fácilmente el software Acrobat en toda la organización.

Acrobat 5.0 ofrece un número de beneficios clave que permite que las empresas, los artistas gráficos y los profesionales de TI tengan una excelente integración con el concepto de Network Publishing, donde tienen que desempeñarse eficientemente a velocidad Web. La completa integración web basada en Web Distributed Authoring y Versioning (WebDAV) y Open DataBase Connectivity (ODBC), permite que equipos de trabajo hagan comentarios acerca de archivos Adobe PDF simultáneamente desde un buscador. El soporte para eXtensible Markup Language (XML) facilita la integración de información por parte de los usuarios, como por ejemplo formas de información guardadas como documentos Adobe PDF en sistemas de resguardo. También ofrece una integración más fuerte con las herramientas más populares para la empresa, permitiendo que los profesionales de TI instalen y mantengan automáticamente Acrobat 5.0 en una red de miles de sistemas computacionales de múltiples usuarios.

Precios y Disponibilidad



El software Acrobat 5.0 para Windows 95 OSR 2.0, Windows 98, Windows NT 4.0 con servicio 5 ó 6, Windows ME y Windows 2000, y Macintosh OS 8.6 (todas las capacidades basadas en web no están disponibles debido a limitaciones de este sistema operativo), 9.0.4 y 9.1, se espera que esté disponible en los Estados Unidos durante el segundo trimestre del año 2001, por un precio estimado de U$249.00 dólares americanos. Los usuarios registrados de versiones del software Acrobat pueden actualizarse a Acrobat 5.0 por U$99.00 dólares americanos.

Finalmente, Menta concluyó: "Mi opinión es que estamos ante un producto único en su rubro; podemos navegar en Internet, darle seguridad a nuestros documentos, colocarle firmas digitales para cualquier transacción, compartir la información, ya que Acrobat 5.0 apunta a compartir y colaborar entre usuarios y documentos… en fin, estamos ante un soft muy avanzado y que día a día se hace obligatorio usarlo."

Más información:

www.latinamerica.adobe.com/products/acrobat/main.html

Correo de Lectores

Amigos del suplemento:

Soy una persona mayor que quiere acercar a los niños de las escuelas, en forma totalmente desinteresada, cuentos que se que son casi desconocidos, ilustrados por mí. Pero como se que algunas instituciones poseen reproductoras de videos pensé que sería lindo también llevarlos a dibujos animados. Mi pedido es el siguiente ¿podrían ustedes asesorarme en cuanto al programa que podría usar, teniendo en cuenta que jamás hice este tipo de trabajo? Manejo Photoshop 5.0 y Corel Draw 9.0. Dos aclaraciones: soy muy perseverante y deseo hacer algo creativo y que capte la atención de los chicos de hoy. Desde ya muchas gracias y sigan ayudándonos a los principiantes (incluyendo a los "mayorcitos") en las lides de la informática.

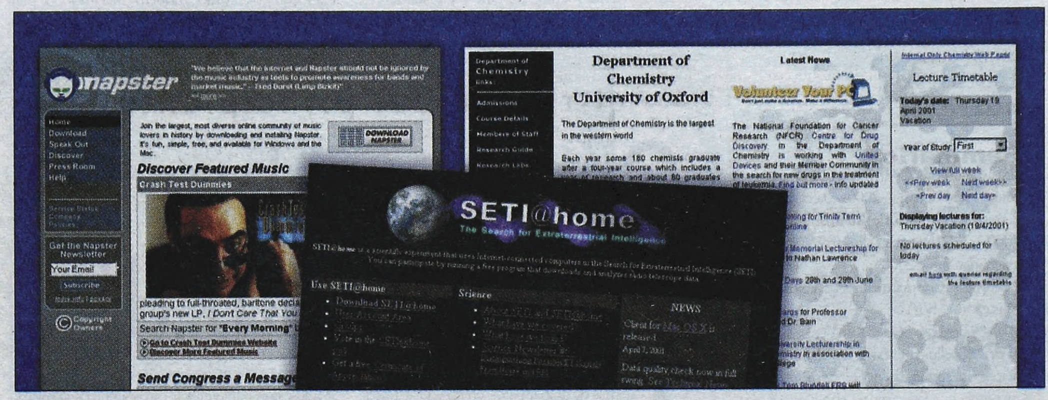
Irene Albuerne
irenealbuerne@ciudad.com.ar

N.E: el programa que debería utilizar es el Premier (para animaciones). Pero tiene que tener en cuenta que para cine se deben realizar 25 cuadros por segundo, que debería dibujar, scannear, editar con Photoshop y recién usar el programa.

lectores@supleinternet.com

"PtoP", o cómo compartir la memoria de millones de PC´s

El caso más conocido es el del conflictivo Napster. Lo que hace el sistema es unir las porciones de memoria que miles de usuarios no utilizan.



El PtoP (peer to peer o "entre pares") implica un enfoque descentralizado de la informática e Internet. Básicamente interconecta computadoras, ya que el objetivo es compartir la memoria que no usa de millones de computadoras alrededor del mundo. El más famoso exponente del mundo es el Napster, servicio para compartir y bajar música de la web.

En EE.UU. se auguraba que el PtoP representaba el futuro de la web, y que sería utilizado por todo tipo de servicios, desde los buscadores al estilo Yahoo hasta sitios de subastas como eBay. En base a estas predicciones se invirtieron millones de dólares en los sistemas, pero, entre otros problemas, surgió que el uso podía violar los derechos de autor, de lo que fue acusado Napster (**www.napster.com**).

En la práctica, lo que los sistemas PtoP hacen es unir todas las pequeñas porciones de memoria que millones de usuarios no utilizan, y de manera conjunta generar más capacidad de elaboración que ninguna computadora alrededor del mundo.

La mayoría de los especialistas define el término como un esquema informático que permite el almacenamiento de información en muchas PC, reduciendo o eliminando la necesidad de un sistema central como un servidor de Internet. En el mercado bursátil, sin embargo, el término ha servido para describir al menos tres categorías distintas de tecnologías y compañías.

La primera categoría incluye a Napster y a los clones de Napster. Muchos afirman que el servicio de música es sólo parcialmente PtoP, porque depende de una base de datos central que muestra qué usuarios están compartiendo archivos musicales. Hay otro grupo de compañías tipo Napster que se autodenominan "Napsters legales", que afirman prestar más atención a los derechos de autor. Sin embargo, al no ofrecer música gratuita, es difícil lograr que la gente se conecte.

Una segunda variación tiene que ver con lo que se ha conocido como "computación distribuida", una técnica en la que cientos de miles de computadoras trabajan en conjunto para solucionar un conflicto determinado. Un ejemplo actual es el proyecto de conectar millones de PC para la investigación del cáncer. Para adherir, sólo hace falta bajar un salvapantalla (**www.chem.ox.ac.uk**) y un programa que conecta a la computadora propia con un servidor central, donde se unen los voluntarios. El proyecto fue realizado por la Universidad de Oxford y la asociación norteamericana Fundación Nacional para Investigaciones del Cáncer, y el soporte aportado por Intel y United Devices. En la misma categoría se encuentra el Seti (Búsqueda de Inteligencia Extraterrestre) donde científicos y aficionados alrededor del mundo buscan detectar formas de vida en el universo.

En **http://setiathome.ssl.berkeley.edu** se baja un salvapantalla y un software para analizar los datos recolectados por el radiotelescopio de Arecibo, Puerto Rico, el más grande del mundo.

La última posición agrupa a firmas que quieren usar el PtoP para solucionar problemas que van más allá de compartir archivos, como el buscador de InfraSearch. Pero la mayoría de estas empresas no son puramente p-to-p: , utilizan las ideas de "entre pares" combinadas con esquemas tradicionales. Algunas, por ejemplo, trabajan en un software que permite a la gente colaborar en proyectos de oficina, o utilizar programas en la web así como en PC locales. Estas compañías incluyen a Groove Networks, así como a la firma OpenDesign. Pero muchas de éstas han sido catalogadas como PtoP por el hecho de que sus programas pueden hacer que dos computadoras se comuniquen directamente. Pero ejecutivos de estas firmas reconocen que entraron en el negocio del PtoP por razones de relaciones públicas.

María Eugenia Spera

SUBIBAJA

IAB

Se constituyó en la Argentina 

el Internet Advertising Bureau (www.iabargentina.net), en el que participan las principales empresas del sector de la industria publicitaria on line. Los objetivos son fomentar el uso de la web como medio publicitario y de marketing, y establecer parámetros y estándares comunes para la industria. De esta manera, los anunciantes podrán obtener el know how del negocio, información especializada, conocer los resultados de la Comisión de Research, talleres de capacitación, contactos y casos exitosos.

Km por Km



Fue lanzado www.kmxkm.com, portal de turismo argentino desarrollado por Editorial Perfil S.A. El sitio ofrece más de 30 mil datos con todo lo necesario para planificar un viaje como estaciones de servicio, dependencias del ACA, estaciones de GNC, auxilios mecánicos, concesionarios oficiales, recorridos de micros de larga distancia, puestos de peaje, cajeros automáticos, bancos, hoteles, campings, albergues juveniles, farmacias, centros de salud, locutorios, radios y restaurantes. También se incluyen hojas de ruta, distancias y panoramas climáticos.

Nextel Online

NEXTEL INTERNATIONAL INC

Nextel Argentina (www.nextelinternational.com) lanzó su servicio Nextel Online. Este servicio permite conectarse a Internet a través de tecnología Packet Data, paquetes digitales, sin necesidad de establecer una comunicación dial-up. Además posibilita acceder a portales de contenidos generales, sitios de comercio electrónico, conocer información de finanzas, viajes, empresas, turismo, el estado del tránsito, operar con bancos, entre otros servicios. Además se pueden utilizar los equipos como módem inalámbrico para conectar una Notebook, Palm o dispositivo equipado con Windows CE.

Ericsson



La compañía Ericsson anunció que despedirá alrededor de 10 mil empleados en los próximos días. Los motivos se deben principalmente a la disminución de las ventas y la crisis que afecta a todo el sector tecnológico alrededor del mundo. Pero además se prevé una reducción importante en todos los presupuestos publicitarios, lo que afectaría en gran medida al deporte, ya que la empresa es un fuerte sponsor a nivel mundial de los torneos de tenis.

AGENDA

Seminarios

Exo Training Center dictará cursos de Microsoft Exchange 2000 y Acces 97.
Seminario gratuito de Microsoft Exchange 2000: "Diferencias entre Microsoft Exchange 5.5 y 2000".
Requisitos: Conocimientos de Exchange 5.5
Duración: 4 horas
Fecha y horario: 26 de Abril de 9 a 13 horas.- Todos aquellos que estén interesados en participar del seminario debe registrarse previamente ya que las vacantes son limitadas.
Microsoft Access 97 Nivel I
Fecha y horario: 27/04 al 3/05. El administrador de bases de datos MS-ACCESS propone una forma de trabajo un tanto diferente a los programas de similar utilidad vigentes en nuestro mercado. Access pretende posibilitar al usuario «acceder» de toda forma posible a su información.
Requisitos: Conocimientos de Ms-Windows. Duración: 15 horas.
Informes e inscripción: Te: 4378-5400 o por e-mail a: exotc@exo.com.ar

Windows NT e IT Security

Reycom realizará hoy el curso "Seguridad en Windows NT" y el 26 de abril el curso "Fundamentos en IT Security".
- Seguridad en Windows NT: orientado a profesionales que interactúan con esta plataforma, se desarrollará una visión más detallada del Sistema Operativo Windows NT 4.0 en lo referente a su seguridad y las vulnerabilidades de este sistema, el uso de las herramientas Microsoft Management Console, los elementos de auditoría propios y la orientación de las instalaciones de Windows NT en diferentes ambientes.
- Fundamentos en IT Security: se enfocará en el análisis de conceptos tecnológicos referidos a Seguridad Informática con el objetiv o de actualizar la información.Los temas a tratar serán: administración y protección de la información, intrusiones y tipos de ataques, mecanismos de seguridad -firewalls, autenticación y encripción-, perfiles de intrusos internos y externos y técnicas para su control.
Información y acreditación previa: 4345-2544, o www.reycom.com.ar

>>> el rincón del principiante

Cómo grabar un CD-Rom (II)

Además de grabar datos, en un CD se puede almacenar música (tanto copiándola desde otro como desde la PC) y utilizar la Multisesión para agregar otros archivos al mismo soporte o actualizar los que ya se grabaron, y de esta manera utilizar todo el espacio disponible.

Multisesión

Cuando se está creando un CD y no se utiliza todo el espacio disponible, se puede dejar abierto para luego agregarle otros archivos o actualizar los existentes. Esto se llama Multisesión.
En caso de decidir utilizar esta aplicación es importante decidirlo antes, ya que hay que aplicar un tipo de formato idéntico para cada sesión y no todos los lectores de CD reconocen todos los formatos.
La mayor compatibilidad posible se obtiene con el formato CD-Rom XA (Arquitectura extendida) y utilizando la especificación Joliet (permite nombres de archivos de hasta 64 caracteres).
- Abrir "Propiedades de la estructura de CD" y activar la opción "Parámetros de datos".
- Elegir la opción "Joliet" y hacer click en "Propiedades". En la nueva ventana, si se desea, se pueden llenar todos las opciones de creación y, en la último sección, activar la opción correspondiente a Modo 2: "CD-Rom XA".

CD de Audio

Antes de iniciar la grabación de un CD de música es conveniente decidir los temas que van a incluir, el orden en que se desea grabar y cual será el origen de esas grabaciones. Se puede grabar a partir de otros CD´s, de archivos .wav (formato estándar de Windows para archivos de sonido) guardados previamente en la PC, o una combinación de ambos.
- Para grabar canciones directamente de un CD, abrir el programa Easy CD Creator y seleccionar la opción "Estructura de CD de audio" .
- Seleccionar en la ventana superior izquierda el CD de música. Arrastrar cada pista que se quiera grabar, desde la ventana superior derecha, a la ventana inferior. Aparecerá el nombre de la pista, el nombre del disco de origen, la duración y se le asignará un color distinto a cada una de las pistas que añadan.
- Cuando haya varias canciones, se puede cambiar el orden de grabación seleccionándolas y arrastrándolas hasta el lugar que se desee. También es posible cambiar el nombre, reproducirlas o eliminarlas haciendo click encima con el botón derecho del ratón.
- Repetir los mismos pasos con el resto de discos hasta completar los 74 minutos que generalmente tienen los CD´s.
- En el menú "Archivo" , seleccionar "Crear CD" y aparecerá el cuadro de diálogo "Configuración de la creación de un CD". Hacer cambios si se desea y luego clickear en "Aceptar". El programa empezará a grabar y pedirá los discos en el orden necesario.

EMPRESAS & NEGOCIOS

Arcor



Arcor encargó a Medialab Argentina el desarrollo de una campaña en Internet como apoyo a la nueva promoción de galletitas "Descifrá el misterio Monster Rancher". El site www.arcormonster.com presenta juegos que involucran a los personajes del cartoon y a los productos de la empresa, y un breve cuestionario de investigación de mercado que participa por el sorteo de una playstation. A través de la creación de un sitio diferencial se intenta ofrecer valor agregado a la promoción, y así comprobar la efectividad de este medio en el consumo e involucrar a los chicos en un estudio de mercado dinámico

Fibertel



Fibertel e Impsat firmaron un contrato para la provisión de acceso de alta capacidad al backbone de Internet en EE.UU., por más de 7 millones de dólares. El acuerdo estipula la provisión de una conexión de alta capacidad en el link submarino de Impsat, que se extiende de Buenos Aires a Miami, lo que incrementará la calidad de navegación a mayor velocidad. Ambas empresas anunciaron que además este acuerdo posibilita futuros negocios como swaps de infraestructura y accesos de última milla para clientes en áreas complementarias.

Imark



Desembarcó en el país Imark Communications (www.imark-com.com), compañía estadounidense de marketing integral, dedicada a la organización de eventos independientes y segmentados, dirigidos especialmente al mercado de tecnología y telecomunicaciones. La estrategia de producción de conferencias y exposiciones segmentadas se basa en la combinación del público asistente con el producto final, a través del know how local e internacional, relevamientos de mercado y consulta a especialistas en las diferentes áreas relacionadas con cada uno de los eventos.